

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MERK HONDA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (*Studi Kasus : Mahasiswa UMS Pengguna Sepeda Motor  
Honda Vario tahun 2015*)**



Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
pada Program Studi Pendidikan Akuntansi

Diajukan Oleh:

**Habib Husain**

**A 210 110 024**

**PENDIDIKAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**Oktober, 2015**

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MERK HONDA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (*Studi Kasus : Mahasiswa UMS Pengguna Sepeda Motor  
Honda Vario tahun 2015*)**



Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
pada Program Studi Pendidikan Akuntansi

Diajukan Oleh:

**Habib Husain**

**A 210 110 024**

**PENDIDIKAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**Oktober, 2015**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Habib Husain

NIM : A 210110024

Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH IKLAN DAN CITRA MERK HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR** (*Studi Kasus : Mahasiswa UMS Pengguna Sepeda Motor Honda Vario Tahun 2015*)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat kara orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku

Surakarta,

Yang membuat pernyataan

A yellow rectangular stamp with the text "METERAI TEMPEL" at the top, a small emblem in the center, and the number "6000" at the bottom. A handwritten signature is written across the stamp.

Habib Husain

NIM. A210110024

## PERSETUJUAN

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MERK HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (*Studi Kasus : Mahasiswa UMS Pengguna Sepeda Motor Honda Vario*)

Diajukan Oleh :

Habib Husain

A 210 11 00 24

Skripsi telah disetujui oleh pembimbing skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta, Oktober 2015



Drs. Djoko Suwandi SE, M.Pd

NIDN : 0606085801

## PENGESAHAN

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MERK HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR (Studi kasus : Mahasiswa UMS pengguna sepeda motor Honda Vario)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**HABIB HUSAIN**

**A 210 110 024**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada hari Jum'at, tanggal 16 Oktober 2015  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Drs. Djoko Suwandi SE M.Pd
2. Drs. Djumali, M.Pd
3. Drs. M Yahya M.Si

(.....)  
(.....)  
(.....)

Surakarta, Oktober 2015

Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Dekan,

  
Prof. Dr. Harun Joko Pravitno, M.Hum  
NIP.19650428199303001

## **MOTTO**

**“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib sesuatu kaum kecuali mereka sendiri  
yang merubahnya”**

**(QS. Ar-ra’d:11)**

**“Gantungkan cita-citamu setinggi langit. Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh,  
engkau akan jatuh di antara bintang-bintang”**

**(Bung Karno)**

**“Barang siapa ingin mutiara, harus berani terjun di lautan yang dalam”**

**(Bung Karno)**

**Kegagalan hanya terjadi jika kita menyerah**

**(Lessing)**

**Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa  
dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah**

**(Thomas Alfa Edison)**

## **PERSEMBAHAN**

Teriring rasa syukur atas KaruniaNya, skripsi sederhana ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Ibu Marinem dan Bapak Jawardi, yang telah membesarkan, membimbing, dan mendidiku dengan penuh kasih sayang agar aku bisa menggapai asa dan cita - cita ku.
2. Dik Desi Rathusain yang terkasih terimakasih selama ini kamu selalu mengerti keadaanku, mau untuk selalu menemangatiku agar skripsi ini cepat berjalan lancar kaulah penyemangatku.
3. Bapak Djoko Suwandi yang telah mau membimbingku hingga skripsi ini selesai.
4. Partner seperjuangan, Mas Bege, Pak Eko, Mas Peyot, Mas Deyek, Mas Zebeh, Mas Powel dan kawan kawan lainnya di Pendidikan Akuntansi angkatan 2011, selamat dan sukses untuk kita semua kawan.
5. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## ABSTRAK

### **“PENGARUH IKLAN DAN CITRA MERK HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (*Studi Kasus : Mahasiswa UMS Pengguna Sepeda Motor Honda Vario Tahun 2015*)”**

Habib Husain. A 210110024. Program Studi Pendidikan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta Oktober 2015. Tujuan penelitian ini untuk: 1) Mengetahui pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian . 2) Mengetahui pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian. 3) Mengetahui pengaruh iklan dan citra merk terhadap keputusan pembelian Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, dengan penarikan kesimpulan secara analisis statistik. Populasinya adalah mahasiswa UMS pengguna sepeda motor Honda Vario . Sampel diambil sebanyak 100 menggunakan teknik convenience sample. Data diperoleh melalui angket dan dokumentasi. Angket terlebih dahulu diujicobakan serta diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji-t, uji-F, serta SR dan SE. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil 1.)Ada pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario. Hal ini berdasarkan pada analisis regresi linear berganda (uji t) diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , yaitu  $2,302 > 1,980$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  yaitu 0,000 dengan sumbangan relative 51,40% dan sumbangan efektif sebesar 16,60%. 2.) Ada pengaruh merk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario. Hal ini berdasarkan pada analisis regresi linear berganda (uji t) diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , yaitu  $2,203 > 1,980$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  yaitu 0,000 dengan sumbangan relative 48,60% dan sumbangan efektif sebesar 4,0%. 3.)Ada pengaruh iklan dan citra merk secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan pada analisis variansi regresi linear berganda (uji F) diketahui bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$  , yaitu  $12,548 > 3,090$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ , yaitu 0,000 dengan total sumbangan efektif sebesar 20,6%.

Kata Kunci: *iklan, citra merk, dan keputusan pembelian*



## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH IKLAN DAN CITRA MERK HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (*Studi Kasus : Mahasiswa UMS Pengguna Sepeda Motor Honda Vario*)”**

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat yang ditetapkan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, namun demikian besar harapan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menghaturkan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang selalu berusaha memajukan prestasi dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMS.
2. Dra. Hj. Titik Asmawati, SE, M.Si selaku Kepala Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mencurahkan segenap perhatian guna membantu mahasiswa Pendidikan Akuntansi.
3. Drs. H. Djumali, M.Pd selaku Pembimbing Akademik yang selama penulis menempuh masa studi telah memberikan ilmu, motivasi, dan bimbingan.
4. Drs. Djoko Suwandi, SE, M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi, serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat luar biasa kepada penulis..

6. Semua rekan-rekan di Pendidikan Akuntansi angkatan 2011, khususnya kelas A.  
Terimakasih untuk kenangan perjuangan dan kebersamaan yang telah kita lalui bersama.

Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan yang ada pada diri penulis, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Surakarta, Oktober 2015

Penulis  
Habib Husain

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Pembatasan Masalah.....	4
4. Rumusan Masalah.....	4
5. Tujuan Penelitian .....	5
6. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
1. Kajian Teori .....	7
a. Keputusan Pembelian .....	7
b. Indikator Keputusan Pembelian .....	9
c. Konsep Pemasaran .....	10
d. Promosi .....	11
e. Tujuan Promosi .....	12
f. Elemen-elemen Promosi .....	13
g. Konsep Periklanan .....	14

h. Tujuan Periklanan .....	15
i. Strategi Pemilihan Media.....	16
j. Indikator – indikator iklan.....	16
k. Citra Merk .....	18
l. Indikator Citra Merk .....	19
2. Hubungan Antar Variabel .....	20
3. Kerangka Berpikir.....	22
4. Hipotesis .....	23

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian.....	24
B. Tempat dan Waktu penelitian .....	24
C. Populasi, Sampel, dan Sampling.....	24
D. Definisi Operasional Variabel.....	24
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Analisis Data.....	34

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	38
B. Hasil Analisis Data.....	41
C. Pembahasan.....	46
D. Keterbatasan Penelitian.....	47

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	48
B. Implikasi .....	48
C. Saran .....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor 2013 2014 .....	3
Tabel 1.2. Penjualan Honda Vario.....	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	25
Tabel 3.2 Ringkasan Uji Validitas Angket Iklan .....	31
Tabel 3.3 Ringkasan Uji Validitas Angket Citra Merk.....	32
Tabel 3.4 Ringkasan Uji Validitas Angket Keputusan Pembelian .....	33
Tabel 3.5 Ringkasan Uji Reliabilitas Kuesioner.....	34
Tabel 4.1 Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.2 Uji Linearitas .....	42
Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Penjualan dan Periklanan.....	10
Gambar 2.2 Kerangka berpikir .....	23
Gambar 4.1 histogram dan poligon dari distribusi frekuensi data Iklan .....	38
Gambar 4.2 histogram dan poligon dari distribusi frekuensi data Citra Merk .....	39
Gambar 4.3 histogram dan poligon dari data Keputusan Pembelian.....	40